

中央区内景气动向调查

平成 15 年 10 月调查结果

平成 15 年 11 月 11 日

中央区

総 括

平成 15 年 10 月の動き

中央区内における 10 月の現状判断 D I は合計で 55.3 と、3 か月前と比べて横ばい
を示す 50.0 を引き続き上回り、前回調査から上昇する結果となった。景気の先行き判
断 D I においても、前回調査を上回り、54.3 となっている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

(D I)	平成15年			前回調査
合計	6月	8月	10月	からの変化
現状判断 D I	46.9	51.0	55.3	(4.3)
先行き判断 D I	48.0	51.5	54.3	(2.8)

目 次

調査の概要	1 頁
調査結果	
1 景気の現状に対する判断	2 頁
2 景気の先行きに対する判断	3 頁
3 現在の景気水準に対する判断（参考）	4 頁
4 判断理由	
(1) 景気の現状に対する判断理由着目点	5 頁
(2) 景気の現状に対する判断理由	6 頁
(3) 景気の先行きに対する判断理由	8 頁
（別紙）調査客体の分野・業種別人数構成	10 頁
中央区内景気動向調査 調査票	11 頁
(1) 家計動向関連	
(2) 企業動向関連	

調査の概要

1 調査の目的

中央区内において景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域の景気動向を迅速かつ的確に把握し、効果的な施策を実施するための基礎資料とすることを目的とする。

2 調査の客体

中央区内の家計動向関連、企業動向関連で、代表的な経済活動の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種において、適当な職種の中から選定した各 25 人、計 50 人を調査客体とする。調査客体の分野・業種別人数構成については、別紙を参照のこと。

3 調査事項

- (1) 景気の現状に対する判断（方向性）
- (2) (1) の理由
- (3) (2) の追加説明及び具体的状況の説明
- (4) 景気の先行きに対する判断（方向性）
- (5) (4) の理由
- (参考) 景気の現状に対する判断（水準）

4 調査月及び調査期間等

調査月は年 6 回の隔月に当月時点で実施、調査期間は調査月の中旬約 1 週間で、平成 15 年 10 月調査の調査票発送は 10 月 9 日（木）、回答期限は 10 月 20 日（月）である。

5 調査機関

本調査は中央区が主管し、委託先である財団法人日本経済研究所を取りまとめ調査機関として実施したものである。

6 有効回答率

調査客体 50 名に対し、有効回答客体は 47 名、有効回答率は 94.0%であった。

7 D I の算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する 5 段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比（%）に乗じて、D I を算出している。

評価	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
	良くなる (良い)	やや良くなる (やや良い)	変わらない (どちらとも いえない)	やや悪くなる (やや悪い)	悪くなる (悪い)
点数	+ 1	+ 0 . 7 5	+ 0 . 5	+ 0 . 2 5	0

1 景気の現状に対する判断

中央区内における景気の現状判断DIは全体で55.3と、前回調査より4.3ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連はほぼ前回調査並みの57.6となっている。一方、企業動向関連のDIは前回調査より8.1ポイント上昇し、調査開始以来初めて50.0を上回る結果となっている。3か月前と比べ、「やや良くなっている」あるいは「変わらない」と回答する人は、全体の8割を占めている。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

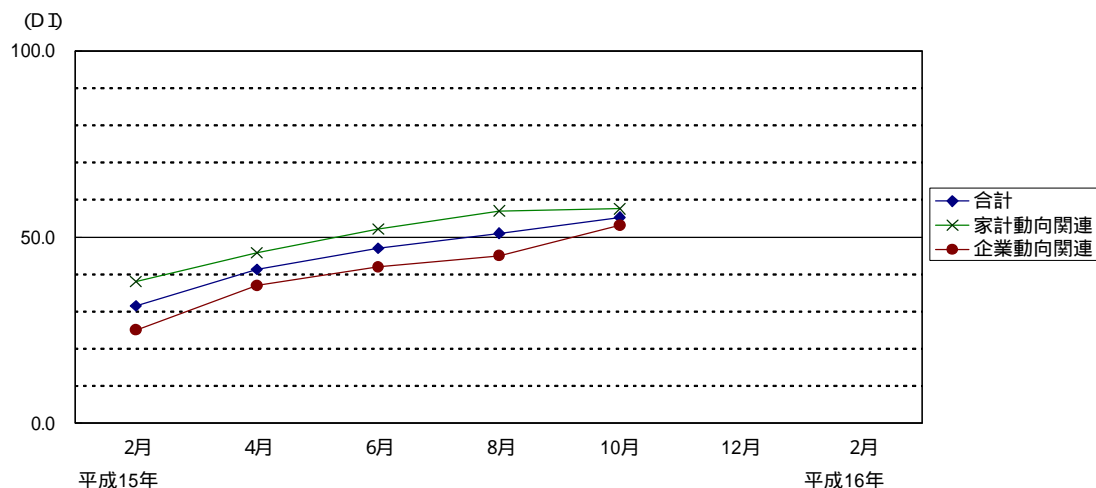
(DI)	平成15年				(変化幅)
	6月	8月	10月		
合計	46.9	51.0	55.3		(4.3)
家計動向関連	52.1	57.0	57.6		(0.6)
小売関連	54.2	59.6	56.3		(-3.3)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	35.7	46.4	58.3		(11.9)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	42.0	45.0	53.1		(8.1)
製造業	35.7	39.3	50.0		(10.7)
非製造業	44.4	47.2	54.4		(7.2)

(備考)家計動向関連のうち、飲食関連、住宅関連については、サンプル数の関係で非公表としている。

図表1-2 構成比

年	月	良く	やや良く	変わらない	やや悪く	悪く
		なっている	なっている		なっている	なっている
平成15年	6	0.0%	18.4%	59.2%	14.3%	8.2%
	8	2.0%	30.0%	46.0%	14.0%	8.0%
	10	0.0%	40.4%	42.6%	14.9%	2.1%
(変化幅)		(-2.0)	(10.4)	(-3.6)	(0.9)	(-5.9)

図表1-3 各分野における景気の現状判断DIの推移



2 景気の先行きに対する判断

中央区内における景気の先行き判断D Iは全体で54.3となり、前回調査に引き続き上昇している。分野別にみると、企業動向関連は依然として、横ばいを示す50を下回っているものの、家計動向関連は50を9.8ポイント上回る結果となっている。前回調査と比較して、「やや良くなる」あるいは「変わらない」と回答する人の割合は、約8割とほぼ同じであるが、その中で「やや良くなる」と回答する人の割合が、増加している。

図表2 - 1 各分野における景気の先行き判断D Iの推移表

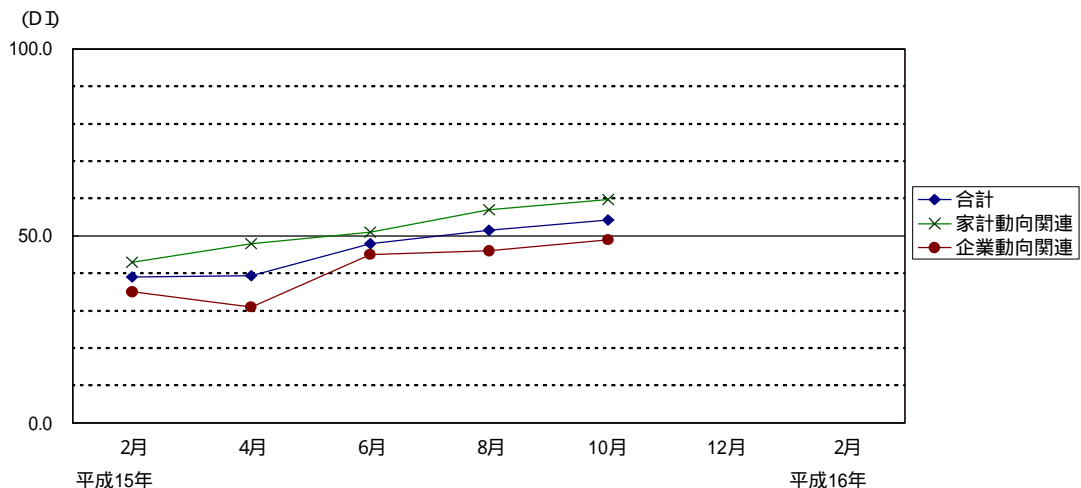
(D I)	平成15年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	48.0	51.5	54.3	(2.8)
家計動向関連	51.0	57.0	59.8	(2.8)
小売関連	58.3	61.5	56.3	(-5.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	35.7	57.1	62.5	(5.4)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	45.0	46.0	49.0	(3.0)
製造業	39.3	53.6	50.0	(-3.6)
非製造業	47.2	43.1	48.5	(5.4)

(備考)家計動向関連のうち、飲食関連、住宅関連については、サンプル数の関係で非公表としている。

図表2 - 2 構成比

年	月	構成比				
		良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
平成15年	6	0.0%	22.4%	53.1%	18.4%	6.1%
	8	0.0%	26.0%	56.0%	16.0%	2.0%
	10	0.0%	36.2%	46.8%	14.9%	2.1%
(変化幅)		(0.0)	(10.2)	(-9.2)	(-1.1)	(0.1)

図表2 - 3 各分野における景気の先行き判断D Iの推移



3 現在の景気水準に対する判断（参考）

現在の景気の水準自体に対する判断は、以下のとおりであった（注）。

図表 3 - 1 各分野における景気の現状水準判断D Iの推移

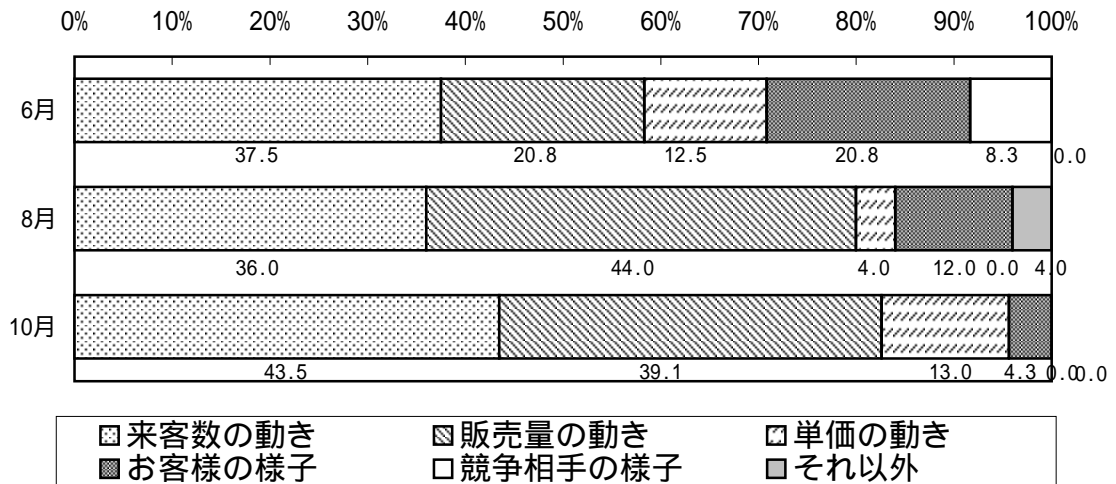
(D I)	平成15年		
	6月	8月	10月
合計	35.2	35.0	47.9
家計動向関連	38.5	41.0	54.3
小売関連	41.7	46.2	52.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	21.4	28.6	58.3
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	32.0	29.0	41.7
製造業	28.6	28.6	46.4
非製造業	33.3	29.2	39.7

(備考)家計動向関連のうち、飲食関連、住宅関連については、サンプル数の関係で非公表としている。

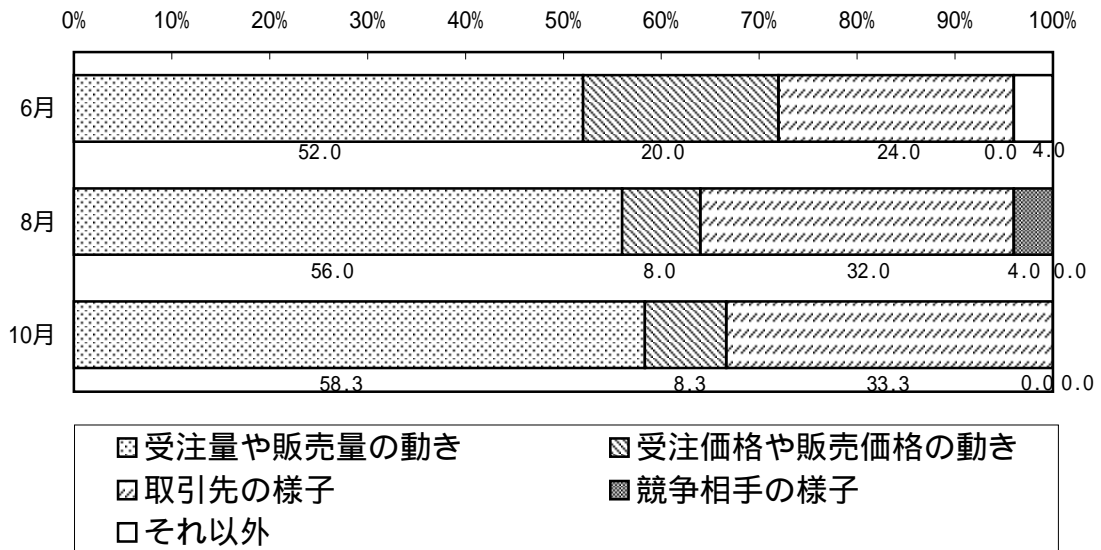
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

4 (1) 景気の現状に対する判断理由着目点

家計動向関連



企業動向関連



4 (2) 景気の現状に対する判断理由

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	一般小売店 [靴] (売場主 任)	来客数の動き	・ブーツを中心とした季節商品への購買意欲が高まり、 来客数が増加してきている。
		百貨店 (販売促 進担当)	来客数の動き	・海外からの客も増加し、集客はやや良くなっている。
		スーパー (店 長)	来客数の動き	・9月に比べ、来客数、売上とも順調に増加している。 買上点数も0.8ポイント上昇している。
		コンビニ (店 長)	来客数の動き	・3か月前に見かけなかった客が来店するようになり、 少しずつ来客数の増加につながっている。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数は増加傾向にあり、単価の高い店舗が好調である。
		通信会社 (営業 担当)	販売量の動き	・ブロードバンド関連商品の申込が上向いてきている。
		競馬場 (職員)	販売量の動き	・対前年比での売上は、8月まで80%台であったが、最 近は90%を越すこともあるのでやや良くなっている。
		百貨店 (売場主 任)	単価の動き	・コートなどの高単価商品の動きが良い。
	変わらない	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・客数が減少した分、単価を何とか上げて売上を維持し ている。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・月ごとに法人予約が減少しており、個人でも客単価の 低い層が増加している。来客は少人数で、10名以上がま とまることは少ない。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・レストランの来店客は増加しているとは思えず、景気 は上向いてはいない。土日の昼などの特定の日について は、お祝いの集まりが多くなっているが、全体の数字を 上げるまでには至っていない。
		その他レジャー 施設 (経営者)	来客数の動き	・景気が良くなる時は一番最後、悪くなる時は一番先に 影響を受ける業種なので、変わらない。
		一般小売店 [和 菓子] (経営 者)	販売量の動き	・主力商品の販売量はやや増加傾向にあるが、それ以外 は減少傾向にある。例年秋になると全体の販売量が増加 するが、今年は増加していない。
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・客は何を買うのか目的意識がはっきりしており、必要 以上の物は買わない。
		通信会社 (営業 担当)	販売量の動き	・いまだに主力商品の販売数が伸びていない。
		スーパー (店 長)	単価の動き	・1人当たりの買上点数が若干減少している。客の必要 に迫られていない物は買わないという姿勢が感じられ る。
		都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・客は、予約をしても安い料金があればそちらに行って しまうため、予約後に取消となるケースが多い。他のホ テルでも同様の状況である。
		やや悪く なっている	一般レストラン (経営者)	来客数の動き
悪く なっている		コンビニ (経営 者)	販売量の動き	・8月は冷夏の影響で、7月に比べビール、ジュース、 アイス等、夏物飲料の販売量が減少した。夏休みに客が お金を使ったこともあるからか、9月になっても回復し てない。
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	新聞業 (営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量、受注額は4～7月の間、前年割れを続けてい たが、8～10月は前年を越える見込みである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業〔証券〕 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・株式売買については、売買高、顧客マインドともに上昇傾向がうかがえる。その反面、債券価格の下落(金利上昇)により、一部投資家の評価に顕著な悪化がみられる。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年と比べ、契約数量が伸びている。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕(総務担当)	受注量や販売量の動き	・前年同時期と比べてやや増加しているという傾向が定着してきている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・大型イベント等の受注により、この先数か月の周辺環境は悪くはない状況である。
		輸送業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・9、10月は秋の人事異動の時期なので、既存の法人客や一般客から、引越のオーダーが多い。価格も過剰な割引を行うこともなく、妥当な金額での成約が比較的多かったため、やや良くなっている。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・コスト削減のために業務のアウトソーシングを進めてきた金融業の客が、ここにきて業務のインハウス化に向けた積極的なシステム投資を始めている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先が創意工夫しながら商売を営んでいる様子が顕著に出てきている。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末に向けての予算は、どこも対前年比でみると厳しくなっており、消費が向上するとは思えない。
		卸売業〔機械器具〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・知っている限りで、同業他社の系列会社部門合併が3組あり、不景気を実感している。
	やや悪くなっている	卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・業界の受注量や販売量が増加せず、販売価格面でも厳しい状況が続く。
		印刷業・製本業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・受注価格の下落、受注量の減少等が目立ってきている。
		新聞業(経営者)	取引先の様子	・商圈が広がり、買物客は分散する傾向にある。
		輸送業(経営者)	取引先の様子	・主要得意先の合理化要請を背景に、依然として運賃の引下げ圧力が強い。
		卸売業〔飲食料品(漬物)〕(経営者)	取引先の様子	・10月に入り、漬物等の大手、準大手メーカーの吸収合併や、倒産があり、景気回復期待に水を差されたような感じである。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	取引先の様子	・取引先で従業員10名のうち2名をリストラする予定のところと、11月で廃業する工場があり、状況はあまり良くない方向にある。小売業者でも仕事が少なく、売上が大幅に減少しているとのことである。
	悪くなっている	-	-	-

4 (3) 景気の先行きに対する判断理由

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・10月は中央区商業まつり、銀座アキユイユ、華パレード、12月はクリスマスなどのイベントがあるので、あわせて観光客も増加する。
		スーパー（店長）	・年末に向かい推進している販促策に対する客の反応が良いので、やや良くなる。
		コンビニ（店長）	・日を追うごとに少しずつ来客数が増加している。建築中のマンション工事完成により、今よりも昼夜問わず活気が出てくる。
		コンビニ（経営者）	・年末が近くなると、多少残業も多くなり、進物も少しは売れる。隣の13階建ての住宅兼事務所のビルが進行し、作業員が多くなってきている。
		高級レストラン（経営者）	・一般消費が萎縮している昨今なので、円高は国民に豊かさを感じさせる効果を与えている。
		一般レストラン（経営者）	・10月中旬から11月は江戸開府400年のイベントなどの行事が多くなり、集客に結びつく。12月は地方からの来客が多くなるので、やや良くなる。
		都市型ホテル（広報担当）	・年末年始は集客、利用が多くなる時期なので、売上は上がる。その後も継続するかは疑問である。
		通信会社（営業担当）	・販売量の上昇により、良くなる。
		競馬場（職員）	・不況が底をついているように感じる。
	設計事務所（経営者）	・受注量が増加している。	
	変わらない	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・むやみやたらと節約するのではなく、欲しいものは買いたいと客が思ってきたように感じるが、相変わらず財布のひもは固く、余計な物は買おうとしない。
		一般小売店〔靴〕（売場主任）	・対前年比での大きな伸びは期待できないが、今現在の上昇気運は今後も続く。
		百貨店（売場主任）	・今は秋冬物最盛時期なので、客のマインドも「買う」一心であるが、価格に対する厳しい目は変わらず、客は買い回りをしている状況である。
		百貨店（売場主任）	・ボーナス一括払いの減少からもわかるように、冬のボーナスは不透明である。そのため現在より上向きにも下向きにもならない。
		スーパー（店長）	・特に良くなる材料、悪くなる材料とも見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・景気の先行きには常に危機感を持って商売をしていかないといけない。
		衣料品専門店（店長）	・景気が回復する要因は何一つとしてみえてこない。現状維持が先決である。
		高級レストラン（経営者）	・忘年会等の宴会シーズンを迎えるが、単価は一段と値下げ傾向にあり、キャパシティのないところは、より厳しくなってくる。
都市型ホテル（経営者）		・政府の方針が定まらず、朝令暮改のように、その場しのぎ、先送りの方針のみ目に付く。一度決め、良いと思ったことも、後日になるとマッチしない例がある。	
通信会社（営業担当）		・年末を控えてボーナス商戦に期待がかかるが、今までの状況を考えると、伸びは期待できない。	
その他レジャー施設（経営者）		・若い利用者が離れ、年配者の生活不安に加え、店の周囲に大企業がないので良くなるならない。	
設計事務所（所長）	・建築に対する設備投資が、今後増加すると思えない。公共事業も減少することから、現状維持がやっとなのである。		
やや悪くなる	百貨店（総務担当）	・輸出を中心とした製造業に回復の兆しがみえてきたところで円高となり、景気回復の芽が生まれつつある。 ・小売業全体の売上は前年割れのままである。	
悪くなる	-	-	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版業（経営者）	・ 駅で飲み会の待ち合わせをするビジネスマンの表情はやや明るく、動きも軽やかである。
		印刷業・製本業（総務担当）	・ 株価上昇に伴い、消費は増大し、やや良くなる。
		通信業（営業担当）	・ 先般開催した毎年恒例の客向け内覧会に、例年よりかなり多い客（自治体や企業関係者）が集まり、IT、情報化投資に関する強い関心が伺える。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・ 株式売買に上昇傾向がうかがえることから、やや良くなる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・ 食料品は基本的にこれ以上悪くならないと思えない。希望も半分はある。
		卸売業〔建築材料、鋳物・金属材料等〕（従業員）	・ 契約数量の展開から判断すると、やや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・ 例年10月から年末にかけては受注が増加する傾向にあり、今年は前年同時期より感触が良いのでやや良くなる。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・ 一本調子の回復ではなく、波があるので油断できない。
		新聞業（経営者）	・ 夢がない。
		出版業（営業担当）	・ 来年になって、明るい社会現象が起こらない限りは、現状維持さえ難しい。今が底でこれ以上悪くはない。
		建設業（経営者）	・ 変わらない。衆院選の結果次第では大幅に変わるということを期待したい。
		建設業（営業担当）	・ 今期は受注が減少しており、来期は完工が減少する。来期が底と考えている。
		通信業（営業担当）	・ 業績上、可も不可もない状況が続いている。今後改善の様子がみられない。
		卸売業〔建築材料、鋳物・金属材料等〕（総務担当）	・ 販売量は増加に転じつつあるが、販売先に対する与信状況も十分勘案する必要があり、当面現状程度で推移すると見込んでいる。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・ 取引先の財政難からくるコストダウン要請があり、利益確保は難しくなっている。
		経営コンサルタント	・ 現状のままですばらく推移し、年明け頃はやや良くなる。創意工夫しているものが具体的になりそうである。
	やや悪くなる	印刷業・製本業（経営者）	・ 得意先や仕入先等の状況で、好材料となるような話が全然出てこない。
		印刷業・製本業（経営者）	・ 得意先からの受注が少ない。今まで最低でもいくらかは受注のあったところでも、1か月に1度も仕事がこないという得意先が何社もある。仕事をもらうのがいかに大変になってきたか思い知らされている。
		輸送業（従業員）	・ 9、10月は引越のシーズンで、受注件数、物量は増加したが、年未年始は特に大きな数字は期待できない。生保の合併による事務所移転があるが、経費削減により金額は落ちるだろうし、官公庁の大型案件も入札形式のため、当てにはできない。
		輸送業（経営者）	・ 東京都環境条例が施行され、規制にかかる車両を減車せざるを得ないため、売上が減少する。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・ 全体的に厳しい環境が続く。需要に適合した販売促進に努める。
		卸売業〔飲食料品（漬物）〕（経営者）	・ 10月からの需要期に入ったが、売行きは期待していたほどの手応えがないので、やや悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・ 近年12月の品物の動きは悪く、今年も期待できないと小売店主が話しており、良くなる要因は全くない。
	悪くなる	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・ 近年12月の品物の動きは悪く、今年も期待できないと小売店主が話しており、良くなる要因は全くない。

(別紙) 調査客体の分野・業種別人数構成

分野	業種	調査客体数 (人)
合計		50
家計動向関連		25
小売関連		13
商店街・一般小売店		2
商店街代表者		0
一般小売店経営者・店員		2
百貨店		5
百貨店売場主任・担当者		5
スーパー		2
スーパー店長・店員		2
コンビニエンスストア		2
コンビニエリア担当・店長		2
衣料品専門店		2
衣料品専門店経営者・店員		2
家電量販店		0
家電量販店経営者・店員		0
乗用車・自動車備品販売店		0
乗用車・自動車備品販売店経営者・店員		0
その他小売店		0
住関連専門店経営者・店員		0
その他専門店経営者・店員		0
その他小売の動向を把握できる者		0
飲食関連		3
高級レストラン経営者・スタッフ		2
一般レストラン経営者・スタッフ		1
スナック経営者		0
その他飲食の動向を把握できる者		0
サービス関連		7
旅行・交通関連		3
観光型ホテル・旅館経営者・スタッフ		0
都市型ホテル・旅館経営者・スタッフ		2
旅行代理店経営者・従業員		1
タクシー運転手		0
通信会社		2
通信会社社員		2
レジャー施設関連		2
観光名所・遊園地・テーマパーク職員		0
ゴルフ場経営者・従業員		0
パチンコ店経営者・従業員		0
競輪・競馬・競艇場職員		1
その他レジャー施設職員		1
その他サービス		0
美容室経営者・従業員		0
その他サービスの動向を把握できる者		0
住宅関連		2
設計事務所所長・職員		2
住宅販売会社経営者・従業員		0
その他住宅投資の動向を把握できる者		0
その他家計の動向を把握できる者		0
企業動向関連		25
農林水産業従業者		0
鉱業経営者・従業員		0
製造業経営者・従業員		7
食料品製造業		0
繊維工業		0
家具及び木材木製品製造業		0
パルプ・紙・紙加工品製造業		0
出版・印刷・同関連産業		7
新聞業		2
出版業		2
印刷業・製本業		3
その他出版・印刷・同関連産業		0
化学工業		0
石油製品・石炭製品製造業		0
プラスチック製品製造業		0
窯業・土石製品製造業		0
鉄鋼業		0
非鉄金属製造業		0
金属製品製造業		0
一般機械器具製造業		0
電気機械器具製造業(精密機械を含む)		0
輸送用機械器具製造業		0
その他製造業		0
非製造業経営者・従業員		18
建設業		2
輸送業		2
通信業		2
金融業		2
不動産業		0
卸売業		8
繊維・衣服等		2
食料品		2
建築材料、鉱物・金属材料等		2
機械器具		2
その他卸売業		0
サービス業		2
広告代理店・新聞販売店[広告]		1
司法書士・経営コンサルタント・会計事務所職員等		1
コピーサービス業		0
その他サービス業		0
その他非製造業		0
その他企業の動向を把握できる者		0